

STRATEGI BISNIS PADA PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) DI TAMAN
BUNGKUL, SURABAYA

(Studi Kasus Pedagang Kaki Lima (PKL) di Taman Bungkul, Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

KHAIRINA AFRIANI CANDRA DEWI

1042010036

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA

2014

STRATEGI BISNIS PADA PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) DI TAMAN
BUNGKUL, SURABAYA
(Studi Kasus Pedagang Kaki Lima (PKL) di Taman Bungkul, Surabaya)
Oleh :

KHAIRINA AFRIANI CANDRA DEWI

1042010036

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing utama

Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si

NIP. 1964021519910302001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M. Si.

NIP. 1955907181983022001

STRATEGI BISNIS PADA PEDAGANG KAKI LIMA DI TAMAN BUNGKUL, SURABAYA

Khairina Afriani Candra Dewi
NPM. 1042010036

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 23 Juni 2014

Menyetujui,

Pembimbing

Tim Penguji
1. Ketua

Susi Hariyawati, S. Sos, M. Si
NIP. 1964021519910302001

Dra. Ety Dwi Susanti M.Si
NIP.196805011994032001

2. Sekretaris

Dr. Jojok D. S. Sos, M. Si
NPT. 370119500421

3. Anggota

Susi Hariyawati, S. Sos, M. Si
NIP. 1964021519910302001

Mengetahui
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati. M, Si
NIP.195507181983022001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Strategi Bisnis pada Pedagang Kaki Lima (PKL) di Taman Bungkul, Surabaya”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu kewajiban bagi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam rangka memenuhi tugas akademik guna melengkapi sebagian syarat untuk menempuh ujian skripsi.

Hasil penulisan skripsi ini bukanlah kemampuan dari penulis semata, namun terwujud karena bantuan dan bimbingan dari Ibu Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si, sebagai dosen pembimbing. Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini :

1. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si sebagai dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh teman – teman Ilmu administrasi Bisnis 2010 yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan tersebut dapat memberi limpahan berkat dari Allah SWT. Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati bahwa penulisan proposal ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Harapan penulis, semoga dengan terselesainya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Surabaya, Juni 2014

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Manajemen Strategi	14
2.2.2 Strategi Fungsional	16
2.2.3 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	28

2.2.3.1	Kriteria UMKM	30
2.2.3.2	Kriteria UMKM Berdasarkan Perkembangan	31
2.2.3.3	Keunggulan dan Kelemahan UKM	32
2.2.3.4	Hakikat, Bentuk dan Jenis UMKM	36
2.2.4	Pengertian Pedagang Kaki Lima	37
2.2.5	Penjualan	40
2.2.5.1	Proses Penjualan	41
2.2.5.2	Faktor – faktor mempengaruhi Penjualan	43
2.2.6	Analisis SWOT	44
2.2.7	Profit	49
2.2.8	Kerangka Berpikir	50
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Metode Penelitian	52
3.2	Batasan Masalah	57
3.3	Lokasi Penelitian	58
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	59
3.5	Subyek dan Informan Penelitian	61
3.6	Teknik Pengumpulan Data	62
3.7	Teknik Analisis Data	64
3.8	Pengujian Keabsahan Data	64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum	66
4.1.1	Pedagang Kaki Lima di Taman Bungkul	66
4.2	Hasil Penelitian	70
4.2.1	Penyajian Data	70
4.2.2	Analisis SWOT	88
4.2.2.1	Pedagang Nasi Goreng	88
4.2.2.2	Pedagang Ayam Goreng	90
4.2.2.3	Pedagang Soto Ayam	91
4.2.2.4	Pedagang Martabak dan Terang bulan	93
4.2.2.5	Pedagang Warung Kopi	94
4.2.2.6	Pedagang Es Puter	95
4.2.2.7	Pedagang Jus Buah	97
4.3	Pembahasan	98
4.3.1	Strategi Keuangan	98
4.3.2	Strategi Produksi	99
4.3.3	Strategi Pemasaran	99
4.3.4	Strategi Sumber Daya Manusia	100
4.3.5	Analisis SWOT	101
4.3.6	Penerapan Strategi	103

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Omset Penjualan Pedagang Kaki Lima	8
Tabel 3.1	Daftar Pedagang Kaki Lima	58
Tabel 4.1	Matrik SWOT	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	50
------------	-------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Panduan Wawancara Depot Riski Nasi Goreng
Lampiran 2	Panduan Wawancara Warung Kopi Ibu Endang
Lampiran 3	Panduan Wawancara Ayam Goreng Ibu Yuni
Lampiran 4	Panduan Wawancara Es Puter Pak Min
Lampiran 5	Panduan Wawancara Soto Ayam Bapak Toni
Lampiran 6	Panduan Wawancara Jaya Juice
Lampiran 7	Panduan Wawancara Terang Bulan dan Martabak Pak Moel
Lampiran 8	Gambar

STRATEGI BISNIS PADA PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) DI TAMAN BUNGKUL, SURABAYA

(Studi Kasus Pedagang Kaki Lima (PKL) di Taman Bungkul, Surabaya)

Oleh :

KHAIRINA AFRIANI CANDRA DEWI

ABSTRAKSI

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok salah satu pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis dan juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran yang disebabkan sulitnya mencari lapangan pekerjaan

Penelitian kualitatif, sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang dapat diamati. Dalam penelitian ini digunakan 7 responden, dimana responden diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Hasil strategi bisnis usaha mikro kecil dan menengah sektor informal (studi kasus usaha mikro sektor informal pada 7 pedagang kaki lima di Taman Bungkul, Surabaya) yang diamati dalam penelitian menunjukkan bahwa didalam mengelola keuangan dari sisi strategi produksi. Sedangkan didalam sumber daya manusia merekrut tenaga kerja, maka dianalisis menggunakan analisis SWOT yang singkatan dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats yang dalam bahasa Indonesia artinya adalah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Kata Kunci : Strategi Bisnis yang meliputi Pemasaran, Produksi, Manajemen Sumber Daya Manusia, Keuangan dan Analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman).

BUSINESS STRATEGY ON street vendors (PKL) IN THE TAMAN BUNGKUL , SURABAYA

(Case Study of Street's Vendor (PKL) in Bungkul Park, Surabaya)

By:

KHAIRINA AFRIANI CANDRA DEWI

ABSTRACT

Small and Middle Enterprises (SMEs) is one of the group's largest economic players in the Indonesian economy and proved to be the seat of the national economy in times of crisis and also create employment opportunities for a large enough domestic labor, thus greatly helping to reduce unemployment caused by less of jobs vacancies.

Qualitative research, as the research procedures which produce descriptive data in the form of words written or spoken of those that can be observed. In this study, the 7 respondents, where respondents were taken by using purposive sampling technique.

The results of the business strategy of 7 volunteers of mall and middle enterprises of informal sector (case study of small and middle enterprises in the informal sector of street vendors in Taman Bungkul, Surabaya) were observed in the study show that in the manage financial, production strategies, employee recruitment, then analyzed using the SWOT analysis which stands for Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats which in Indonesian means strengths, weaknesses, opportunities and threats.

Keywords: Business Strategies that include Marketing, Production, Human Resource Management, Financial and SWOT Analysis (strengths, weaknesses, opportunities and threats)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan nasional merupakan usaha peningkatan kualitas manusia dan masyarakat Indonesia yang dilakukan secara berkelanjutan, berlandaskan kemampuan nasional, dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta harus dapat memperhatikan tantangan perkembangan global. Dengan demikian, pembangunan kesejahteraan rakyat dan ketahanan budaya merupakan agenda yang penting dan strategis.

Peranan Pembangunan Nasional baik di bidang ekonomi maupun sosial, termasuk pembangunan kesejahteraan rakyat dan ketahanan budaya tidak mungkin berlangsung tanpa didukung oleh stabilitas politik dan keamanan serta berlangsungnya proses perwujudan hukum dan pemerintahan yang bersih. Hal ini merupakan suatu peranan untuk melakukan usaha mikro kecil menengah tersebut menjadi bagian yang di utamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh Dinas Koperasi, usaha mikro kecil menengah dan perdagangan.

Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM adalah adalah suatu kegiatan ekonomi yang memiliki basis dari kalangan masyarakat dengan

keterjangkauan modal yang minim. Beberapa karakter untuk UMKM :

Pertama, sebagian besar UMKM menghasilkan barang – barang konsumsi (consumer goods) khususnya yang tidak tahan lama (non- durable consumer goods). Kelompok barang ini dicirikan bila seandainya terjadi peningkatan pendapatan masyarakat, permintaan terhadap barang ini tidak meningkat banyak, begitu sebaliknya jika pendapatan masyarakat merosot sebagai akibat dari krisis maka permintaan pun tidak berkurang banyak.

Kedua, mayoritas usaha kecil lebih mengandalkan pada pembiayaan non-banking dalam aspek pendanaan usaha. Saat perbankan tepuruk akibat krisis, usaha kecil ini tidak terpengaruhi. Ketiga, umumnya usaha kecil melakukan spesialisasi yang ketat yaitu hanya memproduksi barang atau jasa tertentu saja (kebalikan dari konglomerasi). UMKM cenderung fleksibel dalam memiliki dan berganti usaha. Keempat, terbentuknya usaha kecil informal baru akibat banyaknya pemutusan hubungan kerja di masa – masa krisis. Selain itu, daya tahan UMKM tercipta karena mereka tidak banyak memiliki ketergantungan pada faktor eksternal seperti utang dalam valuta asing dan bahan baku impor dalam melakukan kegiatan usahanya karena umumnya UMKM menggunakan bahan baku dari sumber alam lokal.

Tidak dapat dihindari, bahwa ada sebagian masyarakat yang tertinggal atau ditinggalkan, dalam proses perkembangan, hal ini menyebabkan timbulnya kesenjangan yang rentan terhadap terjadinya konflik sosial. Berbagai permasalahan sosial yang selama ini tidak terlihat

muncul ke permukaan akibat ketidakpuasaan yang semakin meningkat semenjak krisis ekonomi. Krisis ekonomi berdampak pada meningkatnya angka pengangguran dan membengkaknya jumlah penduduk miskin.

Krisis ekonomi juga mengakibatkan makin banyak penduduk yang tidak mampu menjangkau pendidikan. Masalah lain yang dihadapi dalam bidang pendidikan adalah berlangsungnya pendidikan yang kurang bermakna bagi pengembangan pribadi dan watak peserta didik yang berakibat hilangnya kepribadian dan kesadaran akan makna dan hakiki kehidupan. Mata pelajaran yang berorientasi akhlak dan moralitas serta pendidikan agama kurang diberikan dalam bentuk latihan – latihan pengalaman sehingga tidak tercermin dalam perilaku kehidupan sehari – hari. Masyarakat cenderung tidak memiliki kepekaan yang cukup untuk membangun toleransi, kebersamaan, khususnya dengan menyadari keberadaan masyarakat yang majemuk. Selain itu, lemahnya pendidikan juga berakibat pada lemahnya pengembangan dan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga belum dimanfaatkan secara optimal dalam kegiatan ekonomi, sosial dan budaya yang pada gilirannya menjadi hambatan dalam menghadapi kerjasama dan persaingan global.

Berbicara sektor perdagangan, maka kita tidak dapat lepas dari komunitas pedagang sebagai pelakunya yang kemudian salah satunya lebih dikenal dengan sebutan Pedagang Kaki Lima (PKL), yaitu dengan berjualan ditrotoar jalan atau ditempat umum lainnya. Pedagang kaki lima termasuk sektor usaha mikro kecil menengah.

Sektor informal merupakan unit usaha kecil maka modal yang diperlukan juga kecil bahkan sistem pengolahannya sangat sederhana. Meskipun dengan modal kecil tersebut orang – orang yang bekerja disektor informal mampu mempertahankan hidupnya. Pedagang kaki lima merupakan salah satu jalan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Sulitnya lapangan pekerjaan yang tersedia bagi anggota masyarakat yang berpendidikan rendah dengan pengalaman serta ketrampilan yang sangat terbatas.

Perkembangan pedagang kaki lima dari waktu ke waktu sangat pesat jumlahnya, karena pedagang kaki lima dapat lebih mudah untuk dijumpai oleh konsumennya daripada pedagang resmi yang kebanyakan bertempat tetap. Sehingga konsumen dimudahkan untuk memenuhi kebutuhan untuk barang – barang eceran. Pedagang Kaki Lima (PKL) selalu memanfaatkan tempat – tempat yang senantiasa dipandang profit misalkan pusat kota, alun – alun, tempat keramaian hingga tempat – tempat yang nilai berpotensi untuk menjadi objek wisata. Mereka hanya berfikir bahwa apa yang mereka lakukan adalah untuk mencari nafkah tanpa memperdulikan hal – hal lain. Dibalik kehadiran para pedagang kaki lima tersebut ternyata dapat memberikan manfaat yang positif dan manfaat yang kurang menguntungkan. Manfaat yang positif mungkin dirasakan oleh masyarakat kelas ekonomi rendah karena mereka dapat memperoleh barang dengan harga yang terjangkau. Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa sektor informal pedagang kaki lima mempunyai peranan besar

untuk meningkatkan perekonomian terutama masyarakat ekonomi lemah dan seektor ini juga menyerap tenaga kerja yang mempunyai keahlian yang relatif minim.

Dalam menentukan tempat usaha, pelaku bisnis atau Pedagang Kaki Lima (PKL) ini dituntut dapat melakukan analisis yang menguntungkan kegiatan bisnisnya. Analisis SWOT dapat membantu para pelaku bisnis untuk menganalisa bagaimana strategi bisnisnya harus dijalankan. Pelaku bisnis harus dapat menentukan strenghts atau kekuatan mereka agar dapat dijadikan kunci dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, weaknesses atau kelemahan adalah hal yang perlu diwaspadai pelaku bisnis agar tidak mudah terbaca oleh para pesaing. Setiap kegiatan bisnis pasti memiliki kelemahan dan hal inilah yang harus di minimalisir agar tidak menjadi halangan dikemudian hari bagi para pelaku bisnis juga akan memiliki peluang atau opportunities dalam usahanya. Jika peluang tersebut didapat maka pelaku bisnis dapat segera memanfaatkan peluang tersebut untuk menjaring konsumen lebih banyak lagi. Ancaman atau threats adalah halangan utama para pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Ancaman tersebut dapat berupa banyaknya pesaing dan juga mulai beralhinya konsumen ke pesaing yang ada disekitar lokasi kegiatan bsnis.

Analisis SWOT dapat membantu para pelaku bisnis agar dalam menjalankan kegiatan bisnisnya dapat berjalan sesuai rencana bisnis dan tercapai tujuannya. Pelaku bisnis harus berani mengakui apa saja kekuatan

(strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang ada dalam kegiatan bisnisnya agar dapat melakukan strategi yang tepat sasaran dalam menjalankan bisnisnya yang meliputi strategi produksi, strategi keuangan, strategi msdm dan strategi pemasaran.

Kreatifitas adalah kemampuan seorang individu untuk menciptakan ide – ide baru atau menempatkan perspektif baru pada ide – ide lama. Sedangkan hasil dari kreativitas adalah suatu yang bisa berupa barang atau bisa pula gagasan yang mengejutkan karena berbagai kemungkinan. Misalnya, karena merupakan hal yang baru atau belum pernah ada, belum pernah terpikirkan, unik dan lain sebagainya.

Meskipun keberadaan Pedagang Kaki Lima memeng kelihatan kurang tertata akan tetapi juga banyak membantu masyarakat atau konsumen yang hendak membeli barang, makanan dengan harga relatif terjangkau, tidak hanya itu pemerintah juga bisa membantu dalam mengurangi pengangguran dan peningkatan pendapatan masyarakat ekonomi kelas menengah ke bawah.

Di kota Surabaya keadaannya tidak jauh berbeda dengan kota – kota lain yang ada di Indonesia UKM yang ada di Surabaya bergerak pada agen barang bekas, kios, Pedagang Kaki Lima (PKL) dan lain – lain. Tetapi pada penelitian ini objek penelitiannya adalah UKM yang bergerak pada Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berjualan makanan dan minuman

di Taman Bungkul, Surabaya karena lokasinya sangat terjangkau oleh konsumen.

Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berjualan makanan dan minuman di Taman Bungkul, Surabaya menjual berbagai makanan dan minuman yang siap dikonsumsi dan memiliki berbagai macam menu antara lain pedagang yang menjual bebek goreng, ayam goreng, nasi goreng, warung kopi, pangsit mie ayam, siomay, batagor, bakso, sate ayam, martabak, lontong balap, jus buah, dll. Pedagang Kaki Lima di Taman Bungkul, Surabaya ini merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah yang keberadaannya semakin banyak dan berkembang di jalan Taman Bungkul, Surabaya, hal ini mengakibatkan para pedagang melakukan strategi bisnis masing – masing agar konsumen mau dan suka membeli makanan dan minuman di warung tempat pedagang menjual dagangannya. Pemberian pelayanan baik dan ramah pada konsumen, harga yang terjangkau, tempat yang strategis merupakan hal – hal yang diperhatikan konsumen dalam memilih tempat yang cocok dan sesuai, sehingga konsumen merasa puas dan pedagang dapat bersaing dengan pedagang lain dalam memasarkan makanannya tetapi ada kios, dan pedagang kaki lima yang tempatnya kurang bersih jadi konsumen tidak mau dan tidak suka membeli makanan dan minuman di warung tempat pedagang menjual dagangannya.

Tabel 1.1

Data omset penjualan pedagang kaki lima

No	Nama Pedagang dan Barang Dagangan	Omset Per Hari	Omset Per Bulan
1.	Bapak Turin Gorengan	Rp. 300.000,00	Rp. 9.000.000,00
2.	Ibu Wahyu Es Kopyor	Rp. 200.000,00	Rp. 6.000.000,00
3.	Ibu Aya Pop Ice	Rp. 250.000,00	Rp. 7.500.000,00
4.	Ibu Ratna Soup Buah	Rp. 350.000,00	Rp. 10.500.000,00
5.	Ibu Warsih Martabak dan Terang Bulan	Rp. 400.000,00	Rp. 12.000.000,00
6.	Bapak Toni Soto Ayam	Rp. 450.000,00	Rp. 13.500.000,00
7.	Ibu Endang Warung Kopi	Rp. 500.000,00	Rp. 15.000.000,00
8.	Bapak Heri Nasi	Rp. 550.000,00	Rp. 16.500.000,00

	Goreng		
9.	Bapak Gatot Jus Buah	Rp. 500.000,00	Rp. 15.000.000,00
10.	Ibu Yuni Ayam Goreng	Rp. 600.000,00	Rp. 18.000.000,00
11.	Ibu Yanti Es Jeruk Peras	Rp. 250.000,00	Rp. 7.500.000,00
12.	Bapak Min Es Puter	Rp. 450.000,00	Rp. 13.500.000,00
13.	Ibu Kartika Nasi Pecel	Rp. 350.000,00	Rp. 10.500.000,00
14.	Bapak Soleh Mie Ayam	Rp. 500.000,00	Rp. 15.000.000,00
15.	Pak Udin jual Aqua	Rp. 300.000,00	Rp. 9.000.000,00

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas maka penulis ingin mengetahui bagaimana strategi bisnis yang dilakukan Pedagang Kaki Lima yang ada di sepanjang Taman Bungkul Surabaya khususnya , “Nasi Goreng Bapak Rizki”, “Warung Kopi Ibu Endang”, “Bebek Goreng dan

Ayam Goreng Ibu Yuni”, “Mie Ayam Bapak Soni”, dan “Soto Ayam Bapak Toni”.

1.2 Fokus Penelitian

Sebagai situasi sosial, yang ada di Taman Bungkul, Surabaya ditetapkan sebagai tempat (place), terdapat (actor), yang menjual (activity), makanan dan minuman, fokus penelitian diarahkan pada strategi bisnis yang dilakukan oleh (owner) Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berada di Taman Bungkul, Surabaya.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di depan, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

“Bagaimana Strategi Bisnis yang dilakukan Pedagang Kaki Lima di Taman Bungkul, Surabaya ? “.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut : “Untuk mengetahui dan menganalisis Strategi bisnis yang dilakukan Pedagang Kaki Lima di Taman Bungkul, Surabaya”.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

1. Sebagai masukan bagi perusahaan (pedagang) dalam meningkatkan penjualan, serta sebagai referensi dalam pengambilan keputusan bisnis.
2. Sebagai referensi peneliti selanjutnya khususnya Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan sektor informal Pedagang Kaki Lima (PKL).